

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tantangan global akan asuransi sudah sangat luas pengaruhnya bagi kebutuhan masyarakat. Banyaknya asuransi saat ini mengharuskan pihak perusahaan memiliki strategi khusus dalam meningkatkan kemajuan perusahaannya. Seperti yang diketahui tujuan dalam perusahaan adalah mendapatkan keuntungan untuk perkembangan perusahaan kedepannya.

Sama halnya dengan AJB Bumi Putera 1912 pringgane, perusahaan menawarkan produk yang mereka sediakan. Ada berbagai jenis produk yang mereka tawarkan. Dengan berbagai variasi harga dan kegunaan. Penjualan produk dalam perusahaan adalah penentu berkembang tidaknya perusahaan tersebut. Volume penjualan merupakan salah satu bentuk baku dari kinerja perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi volume penjualan secara keseluruhan. Volume penjualan di sini juga sebagai salah satu bentuk kinerja perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya ialah dengan meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam memasarkan produk suatu perusahaan tidak terlepas dari harga yang ditawarkan. Harga merupakan salah satu penentu apakah produk tersebut dapat menarik perhatian para konsumen. Harga yang ditawarkan oleh AJB Bumiputera memiliki varian harga. Harga merupakan syarat utama dalam strategi produk perusahaan yang harus dipenuhi jika ingin produknya laku dipasaran. Harga

memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga dapat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen akan melakukan pembelian apabila harga daripada produk tersebut sesuai dengan kualitas atau keandalan yang ada pada produk. Apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolak maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa tersebut. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat karena ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian sebelum melakukan pembelian karena mungkin harganya terlalu mahal atau mungkin ada ketidaksesuaian antara manfaat yang didapatkan dengan harga yang dibayarkan. Tetapi harga yang ditawarkan oleh AJB Bumiputera sesuai dengan kualitas dari produk itu sendiri.

Dan jika diteliti hal yang juga sebagai pertimbangan bagi konsumen dalam pembelian produk pada AJB Bumiputera yaitu peranan *sales person*. *Sales person* sangat mempengaruhi penjualan produk tersebut. *Sales person* dalam asuransi biasa dikenal dengan Agen. Menurut William G. Nickels (dalam Hermawan, 2012:12) *sales person* yaitu, interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Mengapa peranan *sales person* berpengaruh, karena tugas mereka lah yang menawarkan produk kepada konsumen, baik konsumen baru ataupun konsumen yang telah bergabung sebelumnya. Menurut konsumen, *sales person* dapat mempengaruhi

minat konsumen untuk membeli atau tidak produk tersebut. Maka dari itu *sales person* harus sangat paham akan tugasnya. Karena meningkat atau tidaknya penjualan produk tergantung kinerja *sales person*. Perusahaan harus lebih memberikan pemahaman kepada mereka yang bergabung sebagai *sales person*, agar mereka lebih menguasai tugasnya dan harus lebih memahami produk produk yang akan mereka pasarkan. Mulai dari penampilan, cara berkomunikasi yang baik sampai pengetahuan atau pemahaman mereka akan produk yang dipasarkan harus ada dalam diri seorang *sales person*. Dan juga *sales person* harus dapat mengenali konsumen. Mereka harus memiliki target untuk penentuan calon konsumen dan harus mengetahui kemauan pasar. Sehingga lebih mudah dalam penciptaan produk baru dan memasarkannya. Dan sampai saat ini karyawan *sales person* AJB Bumiputera mengetahui apa yang menjadi tugas dan perannya. Sehingga dapat memperlancar penjualan produk perusahaan.

Pelaku bisnis harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif produk agar konsumen mempertahankan produk tersebut. dan cara yang perlu dilakukan selain harga dan *sales person* adalah *service quality*, *service quality* juga merupakan salah satu cara yang harus ditingkatkan dalam kegiatan penjualan produk. Kebanyakan dari konsumen juga banyak yang menilai suatu perusahaan dari layanan yang diberikan. Jika layanan yang diberikan baik, konsumen juga menilai baik kepada perusahaan tersebut. Begitu juga sebaliknya. Konsumen saat ini cenderung bertanya kepada orang lain mengenai kualitas suatu barang atau jasa sebelum mereka memutuskan membelinya, karena informasi positif yang diterima konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk tersebut. Maka dari itu pelaku bisnis harus memperhatikan kualitas pelayanan yang sesuai

dengan harapan konsumen sehingga pada akhirnya konsumen menyebarkan informasi yang positif ke sekitarnya tentang produk perusahaan tersebut. Jika kualitas dan informasi tentang produk yang diterima konsumen baik maka konsumen akan tertarik dalam melakukan kegiatan pembelian.

Menurut Hutasoit (dalam Satria, 2016:10), kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi : bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin relasi ikatan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama secara spesifik harapan dan keinginan pelanggan sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya.

Seperti yang diteliti pelayanan yang kurang dari AJB Bumiputera ini sendiri, kadang para karyawan yang lambat dalam memberikan informasi kepada nasabah dan untuk pengajuan klaim yang dilakukan oleh nasabah, pelayanan kurang baik atau kurang cepat di tanggapi. Sehingga ada nasabah yang merasa kecewa dengan pelayanan yang ada, karena pengajuan klaim yang dilakukannya ditanggapi dengan lambat walaupun pada akhirnya klaim tersebut akan di keluarkan.

Price, sales person dan *service quality* diatas pada akhirnya akan mempengaruhi penjualan produk. Konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Pelaku usaha sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen harus dapat menganalisis faktor-faktor yang

mempengaruhi konsumen dalam pembelian, mengetahui persepsi konsumen dalam menilai sesuatu yang berpengaruh dalam pembelian sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen. Faktor *price*, *sales person* serta *service quality* menjadi faktor pertimbangan dalam minat pembelian konsumen sehingga penjualan produk kita yang dilakukan perusahaan mendapat pengaruh yang baik.

Berdasarkan fenomena tentang *price*, *sales person* dan *service quality* yang berpengaruh terhadap penjualan produk pada perusahaan maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Price*, *Sales Person* dan *Service Quality* Terhadap Penjualan Produk pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Pringgan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *price* berpengaruh terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan
2. Bagaimana *sales person* berpengaruh terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan
3. Bagaimana *Service Quality* berpengaruh terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh *price*, *sales person* dan *service quality* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka yang menjadi rumusana masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *price* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan?
2. Apakah ada pengaruh *sales person* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan?
3. Apakah ada pengaruh *service quality* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan?
4. Apakah ada pengaruh *price*, *sales person* dan *service quality* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *price*, *sales person* dan *service quality* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi penulis, menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman peneliti di bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh *price*, *sales person* dan *service quality* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan.
- b. Bagi AJB Bumiputera 1912 Pringgan, tambahan informasi dan masukan kepada pihak perusahaan dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan penjualan produk perusahaan.

- c. Bagi lembaga pendidikan Unimed, sebagai literature kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh *price*, *sales person* dan *service quality* terhadap penjualan produk pada AJB Bumiputera 1912 Pringgan.
- d. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti yang ingin meneliti objek yang sama.



THE
Character Building
UNIVERSITY